

PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN DAN SIKAP PENGGUNA *ONLINE SHOP* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN REKENING BERSAMA (Studi Pada Pengguna kaskus.com)

Ian Deshapri Indrayanto
Kertahadi
Heru Susilo
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Malang
E-mail: deshapiian@gmail.com

ABSTRACT

Progress of information technology which is very fast make everything was very practical, one of these activities sale-purchase. With the ease of transaction long distance has also potential to eliciting criminal action fraud through online transaction because there is no guarantee the security of transactions besides honesty both parties own. This research aims to influence perceptions aware of expedience and attitude online users shop against the interest of using a joint account and provide input to kaskus.com to the use of a joint account increasingly rise so that acts of deception in online transaction can be minimized. A method of analysis of this research is the quantitative analysis. The kind of research used in this research is research explanatory. With a quantitative approach. A source of data in this study that is primary data and secondary data, primary data used namely by way of spreading kuisisioner online to the respondents, and secondary data used that is, from reports, a journal and archive relevant literature-literature. Data analysis using analysis double linear regression. The research results show that the perceived usefulness and users attitudes have leverage that significantly to interest use a joint account, in silmultan and partial. Variable attitude having influence most dominant against behavioral intention to use a joint account

Keywords: *perceived usefulness, users attitudes, behavioral intention to use*

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat membuat segala sesuatunya menjadi sangat praktis, salah satunya kegiatan jual beli. Dengan adanya kemudahan transaksi jarak jauh ini juga berpotensi memunculkan aksi kejahatan penipuan melalui transaksi *online* karena tidak adanya jaminan keamanan transaksi selain kejujuran kedua belah pihak sendiri. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan dan sikap pengguna *online shop* terhadap minat menggunakan rekening bersama dan memberi pendapat bagi kaskus.com dengan tujuan pemakaian rekening bersama semakin meningkat sehingga tindak penipuan dalam transaksi *online* bisa diminimalisir. Penelitian ini memakai metode analisa kuantitatif. Penelitian ini memakai jenis penelitian explanatory (*explanatory research*). Terdapat dua sumber data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder, data primer diperoleh dengan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* kepada para responden, sedangkan data sekunder yang dipakai dalam penelitian berasal dari jurnal, arsip literature-literature dan laporan-laporan yang relevan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan dan sikap pengguna mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan rekening bersama, secara silmultan dan parsial. Variabel sikap memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap minat menggunakan rekening bersama.

Kata kunci : *persepsi kemanfaatan, sikap pengguna, minat menggunakan*

PENDAHULUAN

Internet sebagai salah satu implementasi dari teknologi informasi dan telekomunikasi merupakan teknologi utama yang sedang dan terus dikembangkan. *Internet* sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (*browsing, surfing*), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui email, dan perdagangan. Perkembangan penggunaan teknologi telekomunikasi, informasi, dan komputer telah mendorong berkembangnya berbagai transaksi melalui *internet* di berbagai aspek seperti *E-commerce, E-banking, E-trade, E-bussines, E-retailing* dan sebagainya. Hal ini membuat masyarakat menggunakan *internet* bukan lagi sekedar mencari informasi tapi juga berbisnis.

Sistem perdagangan elektronik juga membawa perubahan baru sebagai alat pembayarannya sistem pembayaran tidak lagi berbasis pada kertas, melainkan juga berlangsung secara elektronik (*electronic money* atau *e-money*). Dibandingkan dengan sistem pembayaran tradisional, sistem pembayaran elektronik memiliki beberapa keunggulan, antara lain efisiensi *cash flow* yang lebih baik, transaksi yang terjamin biaya yang lebih ekonomis, proteksi terhadap informasi yang membutuhkan privasi, dan meningkatnya proteksi terhadap *payment provider*. Dengan terus berkembangnya transaksi di dunia maya maka bermunculanlah berbagai forum jual beli *online*, salah satu contohnya adalah Forum Jual Beli kaskus biasa disingkat FJB kaskus. kaskus menyediakan berbagai macam barang yang di jual. Situs ini dikelola oleh PT. Darta Media Indonesia. Kaskus bermula dari sekedar hobi sebuah komunitas kecil yang kemudian berkembang hingga saat ini. Kaskus dikunjungi sedikitnya oleh 500.000 orang, dengan jumlah *page view* melebihi 3.500.000 *viewer* setiap harinya.

Anggotanya berjumlah lebih dari 900.000. pengguna kaskus umumnya berasal dari kalangan remaja hingga dewasa. Pada tahun 2009 kaskus

menempati urutan 377 di dunia untuk kategori situs populer.

Para penjual dan pembeli untuk menjamin keamanan dalam jual beli *online* biasanya menggunakan jasa “Rekening Bersama”. Yaitu perantara antara penjual dan pembeli. Mengingat manfaat yang di peroleh dengan menggunakan Rekening Bersama sangatlah besar, diharapkan dimasa yang mendatang seluruh pengguna *online shop* memiliki minat dalam menggunakan Rekening Bersama semaksimal mungkin dengan tujuan mengurangi resiko penipuan dalam melakukan transaksi jual beli *online*.

keberhasilan atau tidaknya Rekening Bersama digunakan, dapat diprediksi dengan melalui hubungan sebab akibat. Dikarenakan bermacam-macam model yang mengkaji hubungan sebab akibat dengan tujuan mengukur penerimaan sistem informasi oleh pengguna, peneliti menggunakan *Technologi Acceptance Model* (TAM) untuk menjadi tolak ukur dalam penelitian yang dilakukan. Model TAM dikembangkan oleh Davis *et al*, (1989) yang diadaptasi dari model *Theory of Reasoned Action* (TRA). Teori TRA ini dikembangkan oleh Fisbein dan Ajzen (1980). Perbedaan pada TRA dan TAM adalah terletak pada penempatan sikap dari TRA, dimana pada teori TAM terdapat dua konstruk kunci yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), sedangkan pada TRA variabel utamanya adalah sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) dan norma subjektif (*subjectif norm*).

KAJIAN PUSTAKA

Internet

Menurut Laudon dan Laudon (2005:70) *internet* merupakan nama yang dari suatu koleksi jaringan komunikasi komputer terbesar di dunia yang terdiri dari jaringan yang lebih kecil yang dibentuk oleh jaringan ARPANET yaitu suatu jaringan yang dibentuk oleh Pemerintah AS untuk kepentingan militer. *Internet* adalah jaringan komunikasi yang dapat menghubungkan komputer, *smartphone*, tablet dan sejenisnya di seluruh dunia. *Internet* berasal dari kata

adalah pengguna kaskus. Alasan peneliti mengambil populasi tersebut karena peneliti ingin mengetahui bagaimana pandangan/respon pengguna kaskus terhadap penggunaan Rekening Bersama. Karena jumlah populasi cukup banyak, maka populasi yang diambil tidak diteliti semuanya. Populasi dalam penelitian ini diasumsikan bahwa tidak semuanya menggunakan Rekening Bersama, sehingga perlu dilakukan tinjauan dan penelitian. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 116 responden. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *incidental sampling* merupakan prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. (Singgih dan Tjiptono, 2000:90). Cara menentukan besaran sampel yang memenuhi hitungan itu adalah dengan menggunakan rumus Machin dan Campbell.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diskripsi Variabel Penelitian

Persepsi Kemanfaatan (X_1)

Tabel 1.1

Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemanfaatan

Item	Frekuensi Jawaban Responden					Mean
	SS	S	R	TS	STS	
$X_{1.1}$	20	37	57	2	0	3.65
$X_{1.2}$	16	53	47	0	0	3.73
$X_{1.3}$	13	75	27	1	0	3.86
Grand Mean						3.75

Keterangan:

($X_{1.1}$) : Efektivitas

($X_{1.2}$) : Kecepatan

($X_{1.3}$) : Menjawab kebutuhan

Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,65 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa menggunakan rekening bersama efektif. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,73 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa menggunakan rekening bersama tidak menghambat. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,86 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar

responden menyatakan setuju bahwa menggunakan rekening bersama menjawab kebutuhan pengguna. Berdasarkan nilai rata-rata keseluruhan dapat diketahui bahwa *Grand Mean* sebesar 3,75. Sehingga dapat disimpulkan menggunakan rekening bersama bermanfaat.

a. Sikap (X_2)

Tabel 1.2

Distribusi Frekuensi Sikap

Item	Frekuensi Jawaban Responden					Mean
	SS	S	R	TS	STS	
$X_{2.1}$	25	71	20	0	0	4.04
$X_{2.2}$	11	83	22	0	0	3.91
$X_{2.3}$	10	65	41	0	0	3.73
Grand Mean						3.89

Keterangan:

($X_{2.1}$) : Sikap Menerima

($X_{2.2}$) : Perasaan Senang

($X_{2.3}$) : Perasaan Nyaman

Berdasarkan skor rata-rata sebesar 4.04 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan memiliki sikap menerima rekening bersama. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,91 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan merasa senang dalam menggunakan rekening bersama. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,73 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan merasa nyaman dalam menggunakan rekening bersama. Nilai rata-rata ke-seluruhan dari variabel kualitas informasi dapat diketahui bahwa *Grand Mean* sebesar 3,89 dikategorikan baik dalam sikap pengguna.

b. Minat Menggunakan (Y)

Tabel 1.3

Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menggunakan

Item	Frekuensi Jawaban Responden					Mean
	SS	S	R	TS	STS	
Y_1	28	71	17	0	0	4.09
Y_2	17	81	18	0	0	3.99
Y_3	13	72	30	1	0	3.84
Grand Mean						3.97

Keterangan:

($Y_{1.1}$) : Kesempatan menggunakan

($Y_{1.2}$) : Motivasi dari pengguna lain

($Y_{1.3}$) : Motivasi tetap menggunakan

Berdasarkan skor rata-rata sebesar 4.09 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa memiliki kesempatan

menggunakan rekening bersama. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,99 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa memiliki motivasi dari pengguna lain dalam menggunakan rekening bersama. Berdasarkan skor rata-rata sebesar 3,84 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa memiliki motivasi untuk tetap menggunakan rekening bersama. Berdasarkan nilai rata-rata keseluruhan dari variabel penggunaan dapat diketahui bahwa *Grand Mean* sebesar 3,97 dikategorikan baik karena pengguna berminat menggunakan rekening bersama.

Asumsi-Asumsi Klasik Regresi

Asumsi-asumsi klasik ini harus dilakukan pengujiannya untuk memenuhi penggunaan regresi linier berganda. Setelah diadakan perhitungan regresi berganda melalui alat bantu SPSS for Windows, diadakan pengujian uji asumsi klasik regresi. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut :

1.Uji Normalitas

Prosedur uji normalitas dikerjakan melalui uji Kolmogorov - Smirnov.

Tabel 13 : Hasil Uji Normalitas

Uji Statistik	Nilai	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	1,038	Menyebar Normal
Asymp. Sig (2-tailed)	0,232	

Sumber: Data primer diolah, 2014

2.Uji Autokorelasi

Tabel 14 : Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1.806

Sumber: Data primer diolah, 2014

Dari Tabel 14 dapat dilihat hasil uji Durbin Watson sejumlah 1,806 (terletak antara 1.680 dan 2.320), sehingga bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

3.Uji Multikolinieritas

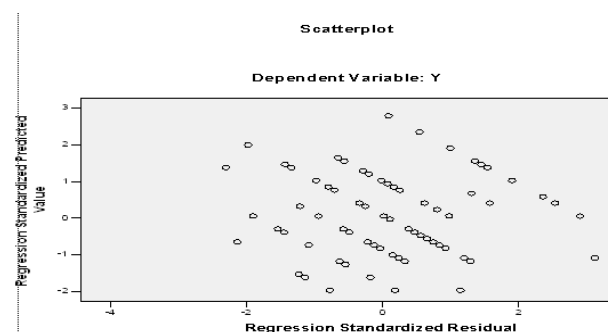
Tabel 15 : Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan	0,897	1,115	Bebas Multikolinieritas
Sikap	0,897	1,115	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah, 2014

Melihat dari hasil uji yang dilakukan tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas. Dikarenakan jumlah nilai *tolerance* > 0,1 dan jumlah nilai VIF < 10.

4.Uji Heterokedastisitas



Gambar 5 Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil uji yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan diagram *scatterplot* yang menyebar atau tidak berbentuk pola sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

5.Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu persepsi kemanfaatan (X_1) dan sikap penggunaan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu Minat perilaku (Y).

1. Persamaan Regresi

Persamaan regresi dilakukan dengan tujuan mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 16 Persamaan Regresi

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>
Konstanta	2,162
Persepsi Kemanfaatan	0,378
Sikap	0,472

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan interpretasi tersebut, dapat diketahui jumlah kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, antara lain persepsi kemanfaatan sebesar 0,378, sikap penggunaan sebesar 0,572. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemanfaatan dan sikap penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat perilaku. Dengan pemahaman, apabila persepsi kemanfaatan dan sikap penggunaan meningkat maka minat perilaku juga akan mengalami peningkatan.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 17 Koefisien Korelasi dan Determinasi

Variabel terikat	Variabel bebas	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
Y	X_1 & X_2	0,721	0,520	0,511

Sumber: Data primer diolah, 2014

Dari proses analisis pada Tabel 17 diperoleh hasil R^2 sejumlah 0,520. Artinya bahwa persepsi kemanfaatan (X_1) dan sikap penggunaan (X_2) memiliki pengaruh sebesar 52% terhadap minat perilaku. Sedangkan sisanya 48,0% variabel minat perilaku dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Nilai koefisien korelasi sejumlah 0,721, nilai korelasi ini menandakan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu persepsi kemanfaatan (X_1) dan sikap penggunaan (X_2) dengan Minat perilaku termasuk dalam kategori kuat karena berada diantara 0,6 – 0,8.

Uji Hipotesis

Hipotesis I (F test / Serempak)

Tabel 18 Uji F/Serempak

Variabel terikat	Variabel bebas	F hitung	F tabel ($\alpha=0,05$; $df=53$; $k=2$)	Sig. F	Keputusan terhadap H_0
Y	X_1 dan X_2	61.112	3,077	0,000	Ditolak

Sumber: Data primer diolah, 2014

Jumlah nilai F hitung adalah sejumlah 61,112 Sedangkan nilai F tabel adalah sejumlah 3,077. Karena F hitung lebih besar dari pada F tabel yaitu $61,112 > 3,077$ maka model analisis regresi dapat dinyatakan signifikan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel terikat (Minat perilaku) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (persepsi kemanfaatan (X_1) dan sikap penggunaan (X_2)).

Hipotesis II (t test / Parsial)

Tabel 19 Hasil Uji t / Parsial

Variabel	T	Sig.
X_1	6.380	0,000
X_2	6,507	0,000

Sumber: Data primer diolah, 2014

Karena t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu $6,380 > 1,981$ maka pengaruh X_1 (persepsi kemanfaatan) terhadap Minat perilaku dinyatakan signifikan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemanfaatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat perilaku atau dengan meningkatkan persepsi kemanfaatan maka Minat perilaku akan mengalami peningkatan secara nyata.

Karena t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu $6,507 > 1,981$ maka pengaruh X_2 (sikap penggunaan) terhadap minat perilaku dinyatakan signifikan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa sikap penggunaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat perilaku atau dengan meningkatkan sikap penggunaan maka minat perilaku akan mengalami peningkatan secara nyata.

PEMBAHASAN

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan sikap (*attitude toward using*) pengguna *online shop* terhadap minat (*behavioral intention to use*) menggunakan rekening bersama secara parsial. Minat perilaku dapat dipengaruhi secara signifikan oleh sikap penggunaan atau dengan meningkatkan sikap penggunaan maka Minat perilaku akan mengalami peningkatan secara nyata. Hasil ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Christ Tree Asa (2003), I Putu Sugiarta Sanjaya (2005), Tjahjono dan Wulandari (2008), Ozer dan Yilmaz (2010).

H2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan sikap (*attitude toward using*) pengguna *online shop* terhadap minat (*behavioral intention to use*) menggunakan rekening bersama secara simultan. Variabel terikat (Minat perilaku) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (persepsi kemanfaatan (X_1) dan sikap penggunaan (X_2)). Hasil ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Christ Tree Asa (2003), I Putu Sugiarta Sanjaya (2005), Tjahjono dan Wulandari (2008), Ozer dan Yilmaz (2010).

H3: Variabel sikap (*attitude toward using*) pengguna *online shop* mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap minat perilaku (*behavioral intention to use*) menggunakan rekening bersama. Karena kedua variabel bebas tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat perilaku adalah sikap penggunaan karena memiliki nilai koefisien beta dan t hitung paling besar. Hasil ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Christ Tree Asa (2003).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pengguna memiliki pendapat bahwa rekening bersama mempunyai manfaat yang cukup besar. Hal ini dapat diketahui melalui grand mean dari persepsi kemanfaatan yang menunjukkan hasil yang baik.
2. Pengguna merasa senang, nyaman dan menikmati dalam menggunakan rekening bersama. Hal ini dapat diketahui melalui grand mean dari sikap pengguna yang menunjukkan hasil yang baik.
3. Pengguna mempunyai minat untuk tetap menggunakan rekening bersama. Hal ini dapat diketahui melalui grand mean dari minat yang menunjukkan hasil yang baik.
4. Persepsi kemanfaatan dan sikap pengguna memiliki pengaruh terhadap variabel minat perilaku secara bersama-sama atau simultan.
5. Untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel bebas (persepsi kemanfaatan dan sikap pengguna) terhadap minat perilaku dilakukan dengan pengujian t-test. Berdasarkan pada hasil uji didapatkan bahwa kedua variabel mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat perilaku yaitu persepsi kemanfaatan dan sikap pengguna
6. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Sikap pengguna mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar. Sehingga variabel sikap pengguna mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka variabel Sikap pengguna mempunyai pengaruh yang dominan terhadap minat perilaku.

SARAN

Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Mengacu pada hasil penelitian ini variabel persepsi kemanfaatan perlu dilakukan peningkatan lagi dengan cara membuat sistem rekening bersama yang lebih praktis dan lebih memudahkan bagi pihak pembeli maupun penjual, sehingga dapat meningkatkan minat pengguna *online shop* dalam menggunakan rekening bersama.

2. Diharapkan pihak kaskus.com dapat membuat sistem pembayaran baru dimana setiap transaksi jual beli yang dilakukan oleh pengguna secara otomatis dilakukan dengan sistem rekening bersama, sehingga praktek penipuan yang dapat merugikan kedua belah pihak baik pembeli maupun penjual dapat dihindari.
3. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini adalah hal yang sangat penting dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu minat perilaku diharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan dan memperluas penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lainnya yang merupakan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.